

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ในทุกวันนี้สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคอย่างมาก และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนการใช้ขึ้นอย่างต่อเนื่อง และจากการวิจัยพฤติกรรมของผู้บริโภคทั่วโลกที่ใช้บริการสื่อออนไลน์ ส่วนมากพบว่าใช้หาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่าง ๆ รวมทั้งการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (กฤษฎิกา คงสมพงษ์, 2552:ออนไลน์) และจากข้อมูลการสำรวจเกี่ยวกับ พฤติกรรมออนไลน์ด้านการท่องเที่ยว 2551 จัดขึ้นโดยสวนดุสิตโพล (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553 : ออนไลน์) พบว่าในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญสำหรับการวางแผนเดินทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก รวมถึงนักท่องเที่ยวในประเทศไทย อินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวอย่างมาก โดยมีสัดส่วนเกือบร้อยละ 80 ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อวางแผนการเดินทางและตรวจสอบราคาเนื่องจากความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล โดยสามารถเปรียบเทียบบริการต่าง ๆ ได้จากผู้ให้บริการหลาย ๆ ราย เพื่อเลือกบริการที่เหมาะสมและตรงความต้องการของตนเองมากที่สุด

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยตลอด นอกจากนี้ยังพบปัจจัยสนับสนุนที่ช่วยทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น เช่น การรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นจากทั่วโลกด้วยสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ การเพิ่มขึ้นของสายการบินต้นทุนต่ำ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยมากขึ้น รวมถึงการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง ในด้านของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมและสร้างโอกาสในการแข่งขัน เช่น การสำรองที่พัก การซื้อตั๋วโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Ticket) เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคอีกช่องทางหนึ่ง โดยไม่ต้องผ่านคนกลาง สามารถทำได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว รวมถึงต้นทุนที่ต่ำกว่า อีกทั้งยังสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2551 พบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จองตั๋วเดินทาง และที่พัก เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการเติบโตอย่างมากเป็นอันดับสาม (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553:ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่สวยงาม มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน เป็นที่ตั้งของอาณาจักรล้านนาในสมัยโบราณ มีภาษาล้านนา (คำเมือง) เป็นภาษาท้องถิ่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างกับจังหวัดอื่น ๆ ทั้งด้านประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม โดยในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 5,590,326 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 39,785 ล้านบาท อยู่ในอันดับที่ 4 ของประเทศรองจากจังหวัดกรุงเทพมหานครภูเก็ต และชลบุรี โดยแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยมีสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในแต่ละปี สูงกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1 สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2540 – 2549

ปี	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	รวม
	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	
2540	1,978,682	1,073,436	3,052,118
2541	2,067,077	1,127,731	3,194,808
2542	1,959,685	1,360,007	3,319,692
2543	2,001,757	1,311,856	3,313,613
2544	1,907,511	1,545,367	3,452,878
2545	1,852,168	1,608,718	3,460,886
2546	1,922,059	1,477,847	3,399,906
2547	2,101,099	1,787,444	3,898,543
2548	2,050,554	1,837,634	3,888,188
2549	3,539,772	2,050,554	5,590,326

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจให้บริการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและผู้ประกอบการที่จะ

สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบ และช่องทางการขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต
2. สามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจให้บริการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต
3. สามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบ และช่องทางการขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและผู้ประกอบการ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

นิยามศัพท์

พฤติกรรมการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต หมายถึง การศึกษาลักษณะการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยทางอินเทอร์เน็ต โดยใช้ 6Ws 1H ในการศึกษา อาทิ เช่น จองที่พักรูปแบบใด วัตถุประสงค์ในการจองที่พักทางอินเทอร์เน็ต ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจจองที่พัก ความถี่ในการจองที่พัก เป็นต้น

นักท่องเที่ยวชาวไทย ในที่นี้หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์ในการจองที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ทางอินเทอร์เน็ต โดยมีจุดประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ และเข้าพักค้างแรมตามที่พักต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เป็นต้น

ที่พัก หมายถึง สถานที่ที่จัดไว้สำหรับผู้เดินทาง หรือลูกค้าให้พักอาศัยในระหว่างการเดินทางพร้อมทั้งให้บริการอาหาร เครื่องดื่ม และบริการอื่น ๆ แก่ผู้เดินทางหรือลูกค้าที่เข้าพักอาศัยด้วย ที่พักมีให้เลือกมากมายหลายประเภท เช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท อพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่แตกต่างกันไป (นิสา ชัชกุล, 2550)